

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 419

Imperatyw przedsiębiorczości a odpowiedzialność przedsiębiorcy



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2016

Redakcja wydawnicza: Agnieszka Flasińska, Aleksandra Śliwka

Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz

Korekta: Barbara Cibis

Lamanie: Agata Wiszniowska

Projekt okładki: Beata Dębska

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania

znajdują się na stronie internetowej Wydawnictwa

www.pracnaukowe.ue.wroc.pl

www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Publikacja udostępniona na licencji Creative Commons

Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska

(CC BY-NC-ND 3.0 PL)



© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2016

ISSN 1899-3192

e-ISSN 2392-0041

ISBN 978-83-7695-564-3

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Zamówienia na opublikowane prace należy składać na adres:

Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

tel./fax 71 36 80 602; e-mail: econbook@ue.wroc.pl

www.ksiegarnia.ue.wroc.pl

Druk i oprawa: TOTEM

Spis treści

Wstęp	7
Agnieszka Barcik: Mechanizm compliance – pytanie o miejsce i zasadność w strategiach CSR współczesnych organizacji (Compliance mechanism – The question about the place and legitimacy in the CSR strategies of modern organizations)	9
Ryszard Barcik, Piotr Dziwiński: Społecznie odpowiedzialna restrukturyzacja zatrudnienia (Socially responsible restructuring of employment)	21
Katarzyna Brendzel-Skowera: Paradoksy w rozwoju przedsiębiorczości akademickiej (Paradoxes in the development of academic entrepreneurship) ...	33
Karolina Gonera, Ewa Olszak-Dyk: Świadome zarządzanie marką pracodawcy – studium przypadku (Employer branding management as an example of selected organization)	43
Andrzej Kaleta, Letycja Soloduch-Pelc: Integracja przedsiębiorczości i zarządzania strategicznego w koncepcji strategicznej przedsiębiorczości – ocena przeszłości i sugestie na przyszłość (Integration of the entrepreneurship and strategic management in the concept of strategic entrepreneurship – assessment of the past and suggestions for the future)	56
Rafał Kusa: Wybrane problemy pomiaru poziomu przedsiębiorczości organizacji niekomercyjnych (Selected problems of measuring the level of entrepreneurship in non-profit organisations).....	68
Renata Lisowska: Uwarunkowania rozwoju współpracy zewnętrznej małych i średnich przedsiębiorstw w regionie (Determinants of the development of cooperation between small and medium-sized enterprises in the region)	77
Izabela Marzec: Konsekwencje rozwoju zatrudnialności pracowników w organizacjach publicznych: szansa czy zagrożenie? (Consequences of employees' employability enhancement in public organizations: a chance or a threat?)	87
Marek Matejun: Statyka i dynamika w cyklu życia mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw (Statics and dynamics in the life cycle of the micro, small and medium-sized enterprises).....	95
Anna Michna, Roman Kmiecik: Przedsiębiorczość międzynarodowa mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw – wybrane zagadnienia (International entrepreneurship of micro, small and medium-sized enterprises – selected aspects).....	107

Elena Mieszajkina: Przedsiębiorczość na pograniczu polsko-białorusko-ukraińskim: (Entrepreneurship on the Polish-Belarusian-Ukrainian borderland).....	117
Bogdan Nogalski, Przemysław Niewiadomski: Paradoks doskonalenia produktu na rynku maszyn rolniczych – relacje jakość a zysk (Paradox of the product improvement on the agricultural machinery market – quality and profit relations).....	129
Katarzyna Olejniczak: Między zyskiem a odpowiedzialnością w zarządzaniu. Paradoks Milтона Friedmana (Between profit and responsible management. The paradox of Milton Friedman).....	150
Agnieszka Puto: Przedsiębiorczość pracowników stymulantą rozwoju przedsiębiorstwa (Entrepreneurship of employees as a stimulant for the development of enterprises)	158
Marcin Ratajczak: Ocena wybranych działań na rzecz środowiska naturalnego podejmowanych przez przedsiębiorstwa agrobiznesu w ramach koncepcji CSR (Evaluation of some actions taken in favour of natural environment by agribusiness companies within the concept of CSR)	167
Włodzimierz Sitko, Elena Mieszajkina: Przedsiębiorczość intelektualna w dobie globalizacji (Intellectual entrepreneurship in a globalizing world)	178
Elżbieta Skrzypek: Paradygmaty zarządzania wiedzą w warunkach zmian otoczenia (Paradigms of knowledge management in conditions of changing environment).....	189
Hanna Soroka-Potrzebna: Zysk przedsiębiorstwa ważny, ale nie najważniejszy – społeczna odpowiedzialność biznesu (Profit is important for the company, but not the most important – corporate social responsibility)....	207
Iwona Staniec: Koncepcja szansy w przedsiębiorczości technologicznej (The concept of opportunity in the technological entrepreneurship)	216
Edward Stawasz: Rola doradztwa gospodarczego w zarządzaniu mikroprzedsiębiorstwami – wybrane oddziaływania i determinanty (The role of business consulting in managing micro enterprises – selected effects and determinants)	228
Maciej Urbaniak: Rola społecznej odpowiedzialności biznesu w budowaniu relacji z dostawcami (The role of the concept of corporate social responsibility in building relationships with suppliers)	237
Anna Wójcik-Karpacz, Joanna Rudawska: Instytucjonalne formy wspierania przedsiębiorczości w Polsce (Institutional models of entrepreneurship support in Poland).....	248
Przemysław Zbierowski: Paradoks efektów przedsiębiorczości: satysfakcja i <i>work-life balance</i> (The paradox of entrepreneurship outcomes: satisfaction and work-life balance).....	265

Wstęp

Przedsiębiorczość to jedno z najstarszych pojęć nauk o zarządzaniu. Nierozzerwalnie łączy się ze sprawnym i skutecznym działaniem przedsiębiorców i ich zachowaniami. Współcześnie – w dobie realiów społecznej odpowiedzialności biznesu – przedsiębiorczość nabiera swoistych cech.

Autorzy niniejszego opracowania postanowili powrócić do korzeni przedsiębiorczości, spojrzeć na nią z perspektywy współczesnych paradygmatów, odnaleźć w niej szczególnie paradoks racjonalności menedżera i przedsiębiorczości menedżera-właściciela. Dodatkowo, w wielu artykułach, poruszono wątek zachowań menedżera i przedsiębiorcy we wspomnianych realiach społecznej odpowiedzialności biznesu.

Badania omówione w zamieszczonych w tym zeszycie opracowaniach wskazują na to, że u podstaw współczesnej przedsiębiorczości leży chęć pokonywania konkurencji oraz coraz lepszego zaspokajania potrzeb klientów dzięki:

- rozwojowi aktywności innowacyjnej,
- skłonności do podejmowania ryzyka i wykorzystywania okazji,
- umiejętności szybkiego dostosowywania się do zmiennych warunków otoczenia, ale i kreowaniu w otoczeniu zmian, które będą korzystne dla przedsiębiorstwa.

Nowoczesna przedsiębiorczość to różne aspekty działań przedsiębiorczych. Autorzy zwrócili szczególną uwagę na takie jej wymiary, jak:

- integracja przedsiębiorczości i zarządzania strategicznego,
- przedsiębiorczość w aspekcie krajowym i międzynarodowym,
- przedsiębiorczość organizacji niekomercyjnych,
- przedsiębiorczość technologiczna,
- przedsiębiorczość intelektualna,
- przedsiębiorczość a społeczna odpowiedzialność biznesu,
- strategie przedsiębiorczego CSR.

Artykuły zebrane w niniejszym zbiorze są efektem nie tylko analiz empirycznych, ale też badań o charakterze dedukcji, bazujących na solidnej kwerendzie literatury przedmiotu. Zachęcamy do ich lektury.

Jerzy Niemczyk, Katarzyna Olejczyk-Kita

Renata Lisowska

Uniwersytet Łódzki

e-mail: lisowska@uni.lodz.pl

UWARUNKOWANIA ROZWOJU WSPÓLPRACY ZEWNĘTRZNEJ MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W REGIONIE

DETERMINANTS OF THE DEVELOPMENT OF COOPERATION BETWEEN SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE REGION

DOI: 10.15611/pn.2016.419.07

Streszczenie: Celem artykułu jest identyfikacja uwarunkowań rozwoju współpracy małych i średnich przedsiębiorstw w regionie na przykładzie firm z województw łódzkiego i mazowieckiego. Aby osiągnąć cel, przeprowadzono badania ankietowe metodą CATI na próbie 148 współpracujących MŚP. Wyniki badań potwierdziły, że współpraca: (i) odbywała się głównie z partnerami handlowymi w postaci dostawców, odbiorców i innych przedsiębiorstw, (ii) miała szeroki zakres tzn. obejmowała oprócz kontaktów typowo gospodarczych także wymianę wiedzy i wspólne przedsięwzięcia, (iii) miała charakter systematyczny oraz (iv) napotykała wiele barier, wśród, których najczęściej wskazywaną była niekorzystana sytuacja gospodarcza.

Słowa kluczowe: MŚP, współpraca przedsiębiorstw, rozwój MŚP, uwarunkowania współpracy.

Summary: The development of small and medium-sized enterprises in the region is significantly impacted by their ability to build proper relations with stakeholders. These entities are increasingly eager to use different forms of cooperation with external partners, which enables, among others, access to knowledge and otherwise unattainable resources as well as joint projects and investments. The paper aims to identify the determinants of the development of cooperation between small and medium-sized enterprises in the region based on the example of companies in the Łódzkie and Mazowieckie Voivodeships. For this purpose, surveys conducted with the use of the CATI method were carried out on a sample of 148 cooperating SMEs. The results confirm that the cooperation: (i) was carried out mainly with trading partners, i.e. suppliers, customers and other businesses, (ii) had a wide range i.e. included in addition to typical business contacts also exchange of knowledge and joint ventures, (iii) was systematic, and (iv) encountered many obstacles, among which the unfavourable economic situation was the most frequently indicated.

Keywords: SME, cooperation of enterprises, SMEs' development, determinants of cooperation.

1. Wstęp

Małe i średnie przedsiębiorstwa są ważnym elementem przestrzeni lokalnej. Przeważanie i rozwój tych podmiotów są uwarunkowane wieloma czynnikami, zarówno wewnętrznymi związanymi z przedsiębiorstwem i osobą przedsiębiorcy, jak i zewnętrznymi wynikającymi z szeroko rozumianego otoczenia. Jednak, jak wskazują badania, dla rozwoju tych podmiotów w regionie ważne są nie tylko popyt [Edwards 2007], struktura sektorowa gospodarki [Gajewski 2011; Godlewska-Majkowska (red.) 2009] i aktywność przedsiębiorcza [Guzman, Santos 2008], ale również relacje tych przedsiębiorstw z interesariuszami [Korol, Szczuciński 2011], kształtowane przez dostęp do czynników produkcji oraz systemu wsparcia biznesu w danej przestrzeni [Godlewska-Majkowska (red.) 2009, s. 67]. Podkreślając rolę MŚP w rozwoju regionu, zwraca się szczególnie uwagę na ich znaczenie w tworzeniu powiązań sieciowych oraz różnych form współpracy z partnerami zewnętrznymi, a przez to ich udział w lokalnym systemie produkcyjnym, innowacyjne funkcje tych podmiotów oraz ich miejsce w systemie innowacyjnym regionu [Lisowska 2013].

Współpraca przedsiębiorstw w literaturze przedmiotu jest definiowana jako [Adamik 2011, s. 226]:

- współdziałanie polegające na skoordynowaniu wykonywanych zadań cząstkowych przewidzianych podziałem pracy;
- poziome powiązania między podmiotami na podstawie zawieranych umów, porozumień w celu realizacji określonych zadań;
- podejmowanie działań komplementarnych oraz mających pozytywne znaczenie dla osiągnięcia celu.

Małe i średnie przedsiębiorstwa coraz częściej współpracują z podmiotami zewnętrznymi, kierując się różnymi motywami, do których najczęściej zalicza się [Pławgo 2005; Gorynia, Jankowska 2008; Ratajczak-Mrozek 2011]:

- lepsze wykorzystywanie okazji rynkowych,
- dostęp do wiedzy i doświadczenia partnerów,
- możliwość pozyskiwania środków finansowych,
- wspólne przedsięwzięcia i projekty,
- dostęp do specjalistycznych usług,
- presja rynku – zwiększenie siły przetargowej wobec dostawców i odbiorców,
- wzmocnienie pozycji konkurencyjnej,
- łatwiejszy dostęp do klientów i partnerów biznesowych,
- rozszerzenie asortymentu i poprawa jakości produktów,
- możliwość wzajemnego uzupełniania się przedsiębiorstw w swojej działalności,
- uzyskanie dostępu do zasobów partnerów,
- wspólne korzystanie z infrastruktury np. badawczej, logistycznej,
- osiąganie korzyści skali, a tym samym poprawa efektywności przedsiębiorstwa,
- dostęp do doradztwa,
- dostęp do wysoko wykwalifikowanych pracowników,

- umiędzynarodowienie działalności i szybsze tempo osiągnięcia celów związanych z ekspansją geograficzną.

Współpraca małych i średnich przedsiębiorstw z partnerami pozwala na bycie konkurencyjnym nie tylko indywidualnie, ale także zespołowo, nie tylko na rynku krajowym, ale również międzynarodowym. MŚP współpracujące z innymi podmiotami czerpią korzyści z tej współpracy, które określa się jako: rynkowe (dostęp do nowych rynków), produktowe (wspólny rozwój nowych produktów), informacyjne (dostęp do wiedzy i umiejętności partnerów), technologiczne, finansowe (dostęp do środków finansowych) i wizerunkowe [Adamik (red.) 2011; Gołębiowski 2010; Małys 2011].

Celami artykułu są identyfikacja i ocena uwarunkowań rozwoju współpracy małych i średnich przedsiębiorstw z partnerami zewnętrznymi w regionie na przykładzie podmiotów z województw łódzkiego i mazowieckiego.

2. Ocena korzyści współpracy małych i średnich przedsiębiorstw w regionie

Zaprezentowane w tej części opracowania badania¹ zostały przeprowadzone w okresie maj 2014 – lipiec 2014 na próbie małych i średnich przedsiębiorstw zlokalizowanych w województwach łódzkim i mazowieckim².

Operat losowania stanowiły ogólnodostępne bazy danych (REGON, Baza Grup Producentkich i klastrów itp.). W pierwszym etapie wylosowano ok. 3500 podmiotów zlokalizowanych w województwach łódzkim i mazowieckim. Dobór przedsiębiorstw do badań ankietowych miał charakter celowy, ponieważ uprzednio wylosowane przedsiębiorstwa zostały następnie telefonicznie zweryfikowane przez ankierów pod względem spełniania przez nie kryteriów przyjętych w badaniu³. Po tej weryfikacji pozostały 1732 przedsiębiorstwa spełniające założenia badawcze i do tych przedsiębiorstw została wysłana ankieta drogą elektroniczną. Ze względu na znikomy zwrot kwestionariusza drogą elektroniczną, badanie uzupełniono wywiadem bezpośrednim.

Ostateczna liczebność próby zrealizowanej, tj. liczba uzyskanych, kompletnie wypełnionych ankiet wynosiła 148 (73 z województwa łódzkiego, 75 z województwa mazowieckiego). W badanej grupie przedsiębiorstw dominowały mikrofirmy z udziałem 56,8%, małe firmy stanowiły 30,4%, a 12,8% to firmy średnie⁴.

¹ Badania zostały przeprowadzone w ramach projektu „Systemowe wsparcie procesów zarządzania w JST” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego, Priorytetu V, Działanie 5.2 Poddziałanie 5.2.2 Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki (nr projektu POKL.05.02.02-00-001/12).

² Wybór takich województw jako obszaru badań był podyktowany zakresem projektu obejmującym powiązania funkcjonalne obszarów metropolitalnych Łodzi i Warszawy.

³ Kryteria doboru próby zweryfikowane w ramach rozmowy telefonicznej to: (1) współpraca przedsiębiorstwa w obszarze „korytarza łódzko-warszawskiego”, (2) siedziba przedsiębiorstwa w obszarze „korytarza łódzko-warszawskiego”, (3) przedsiębiorstwo powstało przed 31 grudnia 2008.

⁴ Podziału podmiotów po względem wielkości na mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa dokonano zgodnie z klasyfikacją zawartą w Ustawie z 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, tekst jednolity Dz.U. 2010 nr 220, poz. 1447, z późn. zm.

W strukturze przestrzennej rynku zbytu mikroprzedsiębiorstw dominował rynek krajowy (43,7% ogółu przychodów), a w dalszej kolejności rynek lokalny (powiat, w którym działa przedsiębiorstwo) (20,6% przychodów). W przypadku małych i średnich przedsiębiorstw również rynek krajowy (odpowiednio 50,8 i 59,8% ogółu przychodów) oraz rynek zagraniczny (odpowiednio 32,8 i 28,8% ogółu przychodów). Dla tej kategorii przedsiębiorstw w strukturze przestrzennej rynku zbytu mniejsze znaczenie miały rynki lokalny i regionalny (województwo, w którym działa przedsiębiorstwo).

Jednym z obszarów badawczych były czynniki umożliwiające przedsiębiorstwu konkurowanie na rynku (por. tab. 1). W przypadku mikro przedsiębiorstw na pierwszym miejscu respondenci wskazali wysoką jakość usług/produktów jako najważniejszy czynnik umożliwiający skuteczne konkurowanie na rynku (38,9% wskazań), na kolejnych miejscach konkurencyjne ceny (15,3% wskazań) oraz wytwarzanie niszowych produktów (10,7% wskazań). Przedstawiciele małych przedsiębiorstw do tych czynników zaliczyli prowadzenie współpracy z kooperantami (25,1% wskazań) oraz konkurencyjne ceny (21,5% wskazań), z kolei średni przedsiębiorcy – wysoką jakość usług/produktów (43,7% wskazań) oraz innowacyjność (10,7% wskazań).

Tabela 1. Czynniki* umożliwiające konkurowanie na rynku (w %)

Czynniki umożliwiające konkurowanie na rynku	Przedsiębiorstwo		
	mikro	małe	średnie
Wysoka jakość usług/produktów	38,9	15,6	43,7
Wysoka jakość obsługi klienta	4,8	7,1	5,2
Skuteczny system promocji, reklamy, marketingu	4,8	6,7	4,8
Lokalizacja prowadzonej działalności	1,2	2,4	2,4
Prowadzenie współpracy z kooperantami	7,5	25,1	5,2
Szeroka oferta produktowa	4,8	4,4	2,4
Wytwarzanie niszowych produktów	10,7	4,4	5,2
Konkurencyjne ceny	15,3	21,5	4,8
Innowacyjność	1,2	4,4	10,7
Posiadane zasoby kadrowe	1,2	1,2	2,4
Dostęp do wykwalifikowanych zasobów ludzkich w regionie	2,4	1,2	7,2
Dostęp do infrastruktury transportowej	2,4	2,4	1,2
Dostęp do infrastruktury społecznej	2,4	1,2	2,4
Dostęp do infrastruktury technicznej	2,4	2,4	2,4

*Czynnik wskazany jako najważniejszy przez respondentów (na pierwszym miejscu).

Źródło: opracowanie własne.

Respondenci wskazali również bariery funkcjonowania i rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw (por. tab. 2). W mikroprzedsiębiorstwach najczęściej wskazywanymi ograniczeniami funkcjonowania i rozwoju były: bariery prawne i instytucjonalne (21,8% wskazań), rosnące koszty zatrudnienia (20,5% wskazań) oraz trudności z uzyskaniem finansowania (13,6% wskazań). W przypadku małych przedsiębiorstw na pierwszym miejscu najczęściej wskazywane były również bariery prawne i instytucjonalne (20,4% wskazań) oraz szara strefa (16% wskazań) i problemy z płatnościami i egzekucją należności (14,4% wskazań). Natomiast przedstawiciele średnich przedsiębiorstw uznali za najistotniejsze ograniczenia funkcjonowania i rozwoju rosnące koszty zatrudnienia (17,6% wskazań), bariery prawne i instytucjonalne (15,8% wskazań) oraz wysokie podatki (14,5% wskazań).

Tabela 2. Bariery* funkcjonowania i rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw (w %)

Bariery funkcjonowania i rozwoju	Przedsiębiorstwo		
	mikro	małe	średnie
Rosnące koszty zatrudnienia	20,5	11,7	17,6
Brak wykwalifikowanych pracowników	3,8	2,4	9,5
Wysokie podatki	7,7	16	14,5
Bariery prawne i instytucjonalne	21,8	20,4	15,8
Konkurencja	5,1	2,4	9,5
Niestabilny kurs walutowy	6,8	2,4	2,4
Problemy z płatnościami i egzekucją należności	3,8	14,4	7,4
Trudności z uzyskaniem finansowania	13,6	7,1	8,7
Szara strefa	11,7	16,0	7,4
Brak dostępu do infrastruktury transportowej	1,3	2,4	2,4
Brak dostępu do infrastruktury społecznej	1,3	2,4	2,4
Brak dostępu do infrastruktury technicznej	2,6	2,4	2,4

*Bariera wskazana jako najważniejsza przez respondentów (na pierwszym miejscu).

Źródło: opracowanie własne.

Badane MŚP w ramach prowadzonej działalności gospodarczej w okresie ostatnich trzech lat współpracowały z wieloma partnerami. W przypadku przedsiębiorstw mikro i małych najczęściej wskazywanymi partnerami współpracy byli partnerzy handlowi, tzn. odbiorcy (odpowiednio 87,8 i 93,2% wskazań), dostawcy (odpowiednio 84,1 i 88,6% wskazań), inne przedsiębiorstwa (odpowiednio 68,3 i 65,9%), a najrzadziej podmioty infrastruktury otoczenia biznesu, takie jak: klastry (odpowiednio 3,7 i 2,3% wskazań), organizacje pozarządowe (NGO) (odpowiednio 7,3 i 2,3% wskazań), instytucje otoczenia biznesu (IOB) (odpowiednio 12,2 i 15,9% wskazań) oraz jednostki samorządu terytorialnego (JST) (odpowiednio 7,3 i 20,5%). Średnie przedsiębiorstwa, tak jak mikro- i małe przedsiębiorstwa najczęściej współpracowały z odbiorcami (90,3% wskazań),

dostawcami (86,2% wskazań) i firmami z branży (68,3% wskazań) oraz znacznie intensywniej niż przedsiębiorstwa mikro i małe z jednostkami B + R, uczelniami wyższymi (63,2% wskazań) i jednostkami samorządu terytorialnego (JST) (36,8% wskazań).

Analiza przedmiotu współpracy z innymi podmiotami według wielkości przedsiębiorstw wskazała na znaczne zróżnicowanie odpowiedzi respondentów w poszczególnych kategoriach, co może świadczyć o różnych potrzebach w zakresie współpracy badanych przedsiębiorstw (por. tab. 3). Mikroprzedsiębiorstwa najczęściej wskazywały jako przedmiot współpracy wspólną sprzedaż produktów (60,3% wskazań), wymianę wiedzy (46,0% wskazań) oraz wspólne korzystanie z infrastruktury logistycznej (28,6%). Mniejsze znaczenie jako przedmiot współpracy miały wspólne zakupy oraz wspólne użytkowanie parku maszynowego (po 12,7% wskazań). Dla małych przedsiębiorstw najczęściej przedmiotami współpracy były wymiana wiedzy (60,6% wskazań), wspólna sprzedaż produktów (57,6% wskazań) oraz zlecenie ekspertyz, opracowań i analiz (51,5% wskazań). W przypadku średnich przedsiębiorstw jako przedmiot współpracy najczęściej wskazywano wymianę wiedzy oraz wspólny udział w targach, konferencjach i seminariach (po 62,5% wskazań), a także zlecenie ekspertyz, opracowań i analiz, wspólne projekty i wspólną sprzedaż (po 56,3% wskazań).

Tabela 3. Przedmiot współpracy (w %)

Przedmiot współpracy	Przedsiębiorstwo		
	mikro	małe	średnie
Zakup nowych technologii	12,7	21,2	37,5
Zlecenie ekspertyz, opracowań i analiz	23,8	51,5	56,3
Wspólne projekty (np. projekty B + R, innowacje, projekty unijne)	20,6	33,3	56,3
Wymiana wiedzy	46,0	60,6	62,5
Pozyskanie specjalistów i wykwalifikowanych pracowników	14,3	33,3	25,0
Wspólne użytkowanie parku maszynowego	12,7	15,2	12,5
Wspólne korzystanie z infrastruktury logistycznej	28,6	30,3	18,8
Wspólny udział w targach, konferencjach, seminariach	20,6	42,4	62,5
Wspólna promocja produktów	17,5	42,4	31,3
Wspólne zakupy czynników produkcji	12,7	18,2	12,5
Wspólna sprzedaż produktów	60,3	57,6	56,3

Źródło: opracowanie własne.

Przedmiot współpracy w badanych przedsiębiorstwach w odniesieniu do partnerów współpracy okazał się zróżnicowany w zależności od wielkości przedsiębiorstwa, co potwierdził również test Kruskala-Wallisa⁵. Jego wyniki i prawdopodobieństwo testowe ($p < 0,05$) pokazały zróżnicowanie badanych zmiennych.

⁵ Szerzej na temat testu Kruskala-Wallisa w opracowaniach: [Kornacki, Mielniczuk 2001, s. 460–463; Szwed 2009].

W przypadku mikroprzedsiębiorstw analiza przedmiotu współpracy z poszczególnymi typami partnerów wykazała, że współpraca z:

- dostawcami i dystrybutorami/odbiorcami dotyczyła najczęściej: wspólnej sprzedaży produktów (odpowiednio 21,1% i 20,3% wskazań) i wymianę wiedzy (odpowiednio 18,1% i 17,3% wskazań);
- firmami z branży obejmowała głównie: wymianę wiedzy (20,6% wskazań) i wspólne korzystanie z infrastruktury logistycznej (18,1% wskazań);
- JBR-ami i uczelniami wyższymi miała związek ze: zlecaniem ekspertyz, opracowań i analiz (17,9% wskazań) oraz wspólnymi projektami (17,3% wskazań);
- klastrami odnosiła się do: wymiany wiedzy (16,7% wskazań) i wspólnej sprzedaży produktów (15,2%);
- organizacjami pozarządowymi (NGO) i jednostkami samorządu terytorialnego (JST) dotyczyła najczęściej wspólnych projektów (odpowiednio 17,9% wskazań i 15,2% wskazań);
- instytucjami otoczenia biznesu (IOB) obejmowała głównie wymianę wiedzy (25,2% wskazań).

Natomiast w małych przedsiębiorstwach najczęściej przedmiotem współpracy z:

- dostawcami i dystrybutorami/odbiorcami była wspólna sprzedaż produktów (odpowiednio 13,6% i 13,0% wskazań);
- firmami z branży i klastrami – wymiana wiedzy (odpowiednio 12,5% i 16,7% wskazań);
- JBR-ami i uczelniami wyższymi – zlecenie ekspertyz, opracowań i analiz (21,2% wskazań);
- organizacjami pozarządowymi (NGO) i jednostkami samorządu terytorialnego (JST) – wspólne projekty (odpowiednio 12,1% i 15,7% wskazań);
- instytucjami otoczenia biznesu (IOB) – zakup nowych technologii (17,3% wskazań).

Z kolei w średnich przedsiębiorstwach dominującym przedmiotem współpracy z:

- dostawcami i dystrybutorami/odbiorcami była wspólna sprzedaż produktów (odpowiednio 18,9 i 14,5% wskazań);
- firmami z branży i organizacjami pozarządowymi (NGO) okazał się wspólny udział w targach, konferencjach, seminariach (odpowiednio 14,5 i 16,2% wskazań);
- klastrami – wymiana wiedzy (12,5% wskazań);
- JBR-ami i uczelniami wyższymi – zlecenie ekspertyz, opracowań i analiz (14,8% wskazań),
- jednostkami samorządu terytorialnego (JST) i instytucjami otoczenia biznesu (IOB) były wspólne projekty (odpowiednio 16,2 i 13,8% wskazań).

Kolejnym obszarem analizy była identyfikacja barier współpracy małych i średnich przedsiębiorstw z partnerami zewnętrznymi. Jako miarę oceny przyjęto skalę punktową ocen od 1 do 5, gdzie 1 pkt oznacza najniższą ocenę (najmniejsze znaczenie bariery), a 5 pkt – ocenę najwyższą.

Wypowiedzi respondentów były zróżnicowane w zależności od wielkości przedsiębiorstwa, co potwierdził również test Kruskala-Wallisa. Jego wyniki i prawdopodobieństwo testowe ($p < 0,05$) pokazały zróżnicowanie badanych zmiennych (por. tab. 4).

W przypadku mikroprzedsiębiorstw za najbardziej znaczące bariery współpracy uznano: niekorzystną sytuację gospodarczą (średnia ocen 4,04 pkt) oraz biurokrację towarzyszącą nawiązaniu i prowadzeniu współpracy (średnia ocen 3,92 pkt). W małych przedsiębiorstwach, podobnie jak w mikro, za bariery uznano także niekorzystną sytuację gospodarczą (średnia ocen 4,03 pkt) oraz nieuczciwą konkurencję (średnia ocen 3,70 pkt). Natomiast w średnich przedsiębiorstwach jako najbardziej znaczące bariery współpracy wskazano biurokrację (średnia ocen 3,92 pkt) oraz brak środków finansowych na wspólne przedsięwzięcia (średnia ocen 3,60 pkt).

Tabela 4. Bariery współpracy z innymi podmiotami (średnia ocen* respondentów w pkt)

Bariery współpracy	Przedsiębiorstwo		
	mikro	małe	średnie
Brak środków finansowych na wspólne przedsięwzięcia	3,68	2,96	3,60
Brak chęci współpracy	2,89	3,08	2,80
Brak wiedzy o możliwościach współpracy	2,90	3,29	2,64
Trudności w dotarciu do partnerów	3,02	3,09	2,55
Brak wymiernych korzyści ze współpracy	3,16	3,00	2,90
Biurokracja, zbyt trudne, długie procedury związane z realizacją współpracy	3,92	3,47	3,92
Niedostosowanie oferowanych rozwiązań do potrzeb przedsiębiorstwa	3,41	3,33	3,00
Obawa przed nieuczciwą konkurencją	3,42	3,70	3,31
Brak zaufania do partnerów	3,09	3,32	2,92
Niekorzystna sytuacja gospodarcza	4,04	4,03	3,54
Nieskuteczna polityka międzyregionalna	3,85	3,38	3,00
Zbyt mała ilość/brak wyspecjalizowanych instytucji	3,31	2,84	2,70

* Jako miarę oceny przyjęto skalę punktową ocen od 1 do 5, gdzie 1 pkt oznacza najniższą ocenę (najmniejsze znaczenie bariery), a 5 pkt ocenę najwyższą.

Źródło: opracowanie własne.

Badane MŚP planują również nawiązać współpracę w przyszłości, co deklarowało 68,2% podmiotów, z tego 56,4% to mikroprzedsiębiorstwa, 28,7% to małe przedsiębiorstwa, a 14,9% średnie przedsiębiorstwa. Partnerami przyszłej współpracy w przypadku mikro- i małych przedsiębiorstw najczęściej wskazywanymi będą partnerzy handlowi, tzn. odbiorcy (odpowiednio 48,8 i 40,0% wskazań), dostawcy (odpowiednio 33,3 i 24,4% wskazań), inne przedsiębiorstwa (odpowiednio 29,8 i 31,1%), a najrzadziej klastry (odpowiednio 2,4 i 4,4% wskazań) oraz jednostki samorządu terytorialnego (JST) (odpowiednio 3,6 i 2,2%). Natomiast średnie przedsiębiorstwa

planują najczęściej jako partnerów przyszłej współpracy dystrybutorów/odbiorców (57,9% wskazań), dostawców (57,9% wskazań) oraz jednostki B + R i uczelnie wyższe (29,8% wskazań).

3. Zakończenie

Współpraca dla małych i średnich przedsiębiorstw z partnerami zewnętrznymi w regionie nabiera coraz większego znaczenia w kontekście wynikających z niej korzyści. Współpracujące z innymi podmiotami MŚP mogą być konkurencyjne nie tylko indywidualnie, lecz także zbiorowo, i to nie tylko na rynku krajowym, ale również międzynarodowym, co może wpływać pozytywnie na ich rozwój. Na rozwój współpracy tych podmiotów z partnerami zewnętrznymi w regionie ma wpływ wiele czynników określanych zarówno jako stymulatory, jak i jako bariery. Z zaprezentowanych w artykule badań dotyczących uwarunkowań współpracy MŚP w województwach łódzkim i mazowieckim wynika, że:

- przedsiębiorcy dostrzegają korzyści ze współpracy z partnerami zewnętrznymi, zaliczając współpracę przedsiębiorstw do czynników umożliwiających skuteczne konkurowanie na rynku;
- głównymi partnerami współpracy byli partnerzy rynkowi w postaci dostawców, odbiorców i innych firm, rzadziej zaś jednostki B + R, uczelnie wyższe i instytucje otoczenia biznesu (IOB);
- współpraca obejmowała wiele sfer, oprócz kontaktów typowo gospodarczych (wspólna sprzedaż produktów), także wymianę wiedzy i zlecenie ekspertyz, analiz i opracowań, udział w targach, wystawach i konferencjach oraz zakup technologii;
- najczęściej wskazywanymi barierami w współpracy w opinii badanych MŚP były niekorzystna sytuacja gospodarcza, co oznacza z reguły ograniczony popyt na produkty/usługi przedsiębiorstw, a w dalszej kolejności biurokracja towarzysząca nawiązaniu i podejmowaniu współpracy, nieuczciwa konkurencja oraz brak środków finansowych na wspólne przedsięwzięcia;
- z przeprowadzonych analiz wynika, że badane przedsiębiorstwa planują nawiązanie współpracy w przyszłości, której głównymi partnerami będą partnerzy rynkowi w postaci odbiorców, dostawców i innych przedsiębiorstw, a także inne instytucje pochodzące z otoczenia biznesu;
- rozwój współpracy małych i średnich przedsiębiorstw w badanych województwach wzmocniłaby platforma wymiany wiedzy o możliwościach współpracy z różnymi partnerami, nie tylko rynkowymi.

Literatura

- Adamik A., 2011, *Partnerska współpraca w strukturze procesów logistycznych MSP regionu łódzkiego*, Acta Universitatis Lodzianis, Folia Oeconomica, nr 251, s. 221–234.
- Adamik A. (red.), 2011, *Kształtowanie konkurencyjności i przewagi konkurencyjnej małych i średnich przedsiębiorstw*, C.H. Beck, Warszawa.
- Edwards M., 2007, *Regional and Urban Economics Development: Theory and Methods*, Auerbach Publications, Boca Raton–New York.
- Gajewski P., 2011, *Poziom i dynamika rozwoju małej i średniej przedsiębiorczości w Polsce Wschodniej. Ekspertyza wykonana na zlecenie Ministerstwa Rozwoju Regionalnego na potrzeby aktualizacji Strategii rozwoju społeczno-gospodarczego Polski Wschodniej do roku 2020*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa.
- Godlewska-Majkowska H. (red.), 2009, *Atrakcyjność inwestycyjna regionów Polski a kształtowanie lokalnych i regionalnych specjalizacji gospodarczych*, Studia i Analizy Instytutu Przedsiębiorstwa, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
- Gołębiowski T., 2010, *Kooperacja międzynarodowa a konkurencyjność polskich przedsiębiorstw przemysłu elektromaszynowego*, [w:] Wiktor J.W., Żbikowska A. (red.), *Marketing międzynarodowy. Uwarunkowania i kierunki rozwoju*, PWE, Warszawa.
- Gorynia M., Jankowska B., 2008, *Klustry a międzynarodowa konkurencyjność i internacjonalizacja przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa.
- Guzman J., Santos F.J. 2008, *Entrepreneurial structure from a regional perspective*, [w:] Gaindo M.-E., Guzman J., Ribeiro D. (red.), *Entrepreneurship and Business. A Regional Perspective*, Springer, Heidelberg, s. 51–73.
- Kornacki J., Mielniczuk J., 2001, *Statystyka dla studentów kierunków technicznych i przyrodniczych*, WNT, Warszawa.
- Korol J.A., Szczuciński P., 2011, *Sektor małych i średnich przedsiębiorstw w przestrzeni regionalnej Polski. Studium z zakresu ekonometrii regionalnej*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Lisowska R., 2013, *Zarządzanie rozwojem małych i średnich przedsiębiorstw w obszarach zmarginalizowanych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Małyś Ł., 2011, *Współpraca z podmiotami zewnętrznymi a wyniki rynkowe małych i średnich przedsiębiorstw – analiza empiryczna*, [w:] Adamik A. (red.), 2011, *Kształtowanie konkurencyjności i przewagi konkurencyjnej małych i średnich przedsiębiorstw*, C.H. Beck, Warszawa.
- Plawgo B., 2005, *Przesłanki i formy powiązań kooperacyjnych przedsiębiorstw*, [w:] Plawgo B., Zaręmba W. (red.), *Partnerskie współdziałanie w sektorze publicznym i prywatnym*, Fundacja Współczesne Zarządzanie, Białystok.
- Ratajczak-Mrozek M., 2011, *Motywy współpracy małych i średnich przedsiębiorstw – wyniki badań*, [w:] Adamik A. (red.), 2011, *Kształtowanie konkurencyjności i przewagi konkurencyjnej małych i średnich przedsiębiorstw*, C.H. Beck, Warszawa.
- Szwed R., 2009, *Metody statystyczne w naukach społecznych. Elementy teorii i zadania*, Wydawnictwo KUL, Lublin.